

**ECONOMIA & PROGETTI** | L'AMBASCIATORE USA E UN PONTE ROMA-WASHINGTON

# «ITALIA, SI PUÒ FARE DI PIÙ»

Si chiama Partnership for growth: è un piano di collaborazione che coinvolge imprese, politica, università e mass media. Serve, annuncia Ronald Spogli, per sostenere ricerca, brevetti e investimenti. Però insieme.

di **SERGIO LUCIANO**

«**N**on intendiamo esportare in Italia il modello americano. Lo scopo della nostra iniziativa è quello di far conoscere meglio ai nostri amici italiani le formule che adottiamo da anni con successo negli Stati Uniti, per facilitare a tutti i livelli la collaborazione economica».

Eccolo, il padre di «Partnership for growth», l'ambasciatore americano Ronald P. Spogli, al centro del suo ufficio-salone nella sede di via Veneto, a Roma, già residenza della regina d'Italia. È un pezzo d'uomo, cordiale e sorridente come ci si aspetta che sia un ambasciatore del perenne new deal americano. Con un particolare prezioso in più: parla italiano perfettamente, e il suo cognome spiega in parte perché. Suo nonno emigrò in America dall'Umbria, e lui - anche grazie alla statura e alla perizia da giocatore di basket - ha superato tutti i gradini della carriera accademica statunitense, specializzandosi poi nella finanza d'affari.

Tornato in Italia da un anno, Spogli si applica al suo incarico con un fervore speciale, che certamente nasce, almeno in parte, anche dal suo Dna e dalla competenza professionale. Per diffondere la sua visione, ha già avuto tre incontri con la «business community» italiana, in Confindustria, a Treviso e in Assolombarda. Ha allacciato una partnership nel mondo dei media con *Economy*. E ha fatto riassumere lo spirito dell'iniziativa in una sezione del sito dell'ambasciata (che sarà tempestivamente messo online all'indirizzo: <http://italy.usembassy.gov/p4g/>).

**Ambasciatore, perché questo suo programma «Partnership for growth», alleanza per la crescita?**

Perché è un peccato che il rapporto politico e culturale così stretto che esiste da sempre tra i nostri Paesi non trovi pieno riscontro nei rapporti economici.

**Vuol dire che sui fronti decisivi dell'import-export si fa meno di quanto sarebbe possibile?**

Esattamente. Negli Stati Uniti possono esserci molti investitori che non conoscono le opportunità del mercato italiano e viceversa. Vogliamo promuovere lo scambio di conoscenze sulle grandi opportunità economiche nascoste tra i nostri Paesi. Penso al settore del private equity o al mercato dei buy-out. Sono praterie tutte da esplorare.

**Non pensa che però l'Italia spaventi**

**un po' gli investitori stranieri, americani compresi, per le caratteristiche del nostro mercato?**

Diciamo che in Italia è ancora debole il collegamento tra ricerca, impresa e investitori. Ma anche a questo riguardo la nostra partnership può avere un effetto positivo. Spero che potremo essere utili al «sistema Italia» per cambiare e ammodernare l'approccio al rischio tradizionale qui da voi. Dovendo riassumere la filosofia di Partnership for growth in un'unica formula direi che è questa: rinnovare la cultura del rischio.

**Lei proviene professionalmente dal private equity: pensa che sia ancora troppo poco sviluppato in Italia?**

Sì. Ci sono grandi margini di sviluppo. Il tessuto produttivo italiano, ricco di piccole e medie imprese, non può cresce-

re senza nuove fonti di finanziamento. Ovunque ci sia, il marchio «made in Italy» attira. Ma va sostenuto con capitali freschi. L'Italia economica, soprattutto all'estero, sta funzionando a una frazione delle sue potenzialità.

**Dove suggerirebbe di concentrarsi agli investitori americani desiderosi di lavorare di più in e con l'Italia?**

Nei settori tradizionalmente più forti e prestigiosi della produzione italiana, come la moda o l'alimentare, ma anche nell'alta tecnologia, dove c'è molto più know-how di quanto a volte si pensi.

**Ha pensato a qualcosa di particolare per i giovani? Lei è nel consiglio per gli studi all'estero dell'Università di Stanford.**

Sì, pensiamo a un forte interscambio di esperienze formative. È essenziale che siano i giovani a portare avanti la con-

sapevolezza delle nuove opportunità.

**Ma secondo lei cosa deve fare l'Italia, in più, per attirare nuovi investitori americani?**

Gli imprenditori americani mi dicono che l'Italia e le sue regioni potrebbero migliorare le politiche d'incentivo e di assistenza alle imprese contro le lungaggini della burocrazia. In sostanza, l'Italia dovrebbe concentrarsi nell'assicurare una concorrenza dinamica all'interno del mercato. Concorrenza dinamica vuol dire opportunità per coloro che accedono al mercato, comprese le multinazionali che intendono entrare. Una concorrenza dinamica deve però anche ammettere l'uscita dal mercato di quelle aziende superate dalle nuove tecnologie, o che non riescono a tenere il passo delle nuove condizioni del mer-

cato. Soffocare la concorrenza e salvare le aziende in difficoltà, politiche che mirano a proteggere gli esistenti posti di lavoro, possono in realtà essere azioni che tolgono occupazione alle future generazioni.

**Quindi più flessibilità anche nel mercato del lavoro?**

Certamente sì, ma anche più efficienza nel sistema giudiziario, e più certezza delle regole che vengono spesso cambiate in corso d'opera e meno lungaggini burocratiche. Inoltre occorrerebbe potenziare la difesa della proprietà intellettuale.

**E per la ricerca?**

Bisogna stringere il rapporto tra ricerca accademica e attività imprenditoriale. In America è strettissimo e ci sono molti esempi positivi di partnership tra università e industrie, come l'area di Boston intorno al Mit, il Massachusetts Institute of Technology, o come la Silicon Valley attorno alla Stanford University.

**Perché hanno avuto tanto successo?**

Le ragioni sono molte. Una è la leg-

ge Bayh-Dole Act, che risale al 1980. Questa legge di 26 anni fa ha permesso alle nostre università, tramite fondi federali di ricerca, di tenere i brevetti delle invenzioni, a condizione che gli introiti vengano condivisi con i professori responsabili delle nuove tecnologie.

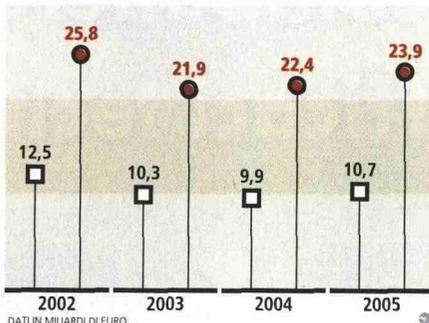
### Il risultato?

Il risultato è stato che le università e i professori sono molto più incentivati a creare nuove tecnologie e vendere i brevetti ad aziende esterne o a progetti universitari di spin-off. ■

## UNO SCAMBIO CHE DEVE CRESCERE

Le importazioni dell'Italia dagli Stati Uniti e le esportazioni del made in Italy negli Usa: dati espressi in miliardi di euro.

□ IMPORTAZIONI ● ESPORTAZIONI



## AFFARI E DIPLOMAZIA

Ronald P. Spogli (foto) è nato a Los Angeles nel 1948. È laureato in storia a Stanford e ha un Mba ad Harvard. Dal luglio 2005 è ambasciatore degli Usa in Italia.

## SOCIETÀ D'INVESTIMENTI

Nel 1983, Spogli ha fondato la Freeman Spogli & Co., che è una delle principali società di investimenti degli Stati Uniti: ha investito in 26 società.

## GLI STUDI IN ITALIA

Tra il 1968 e il 1973 ha lavorato in Italia a progetti promossi dall'Università di Stanford a Firenze. A Milano ha diretto una ricerca sull'emigrazione dall'Italia meridionale al Nord.

## DUE NUOVE CATTEDRE

Ha promosso, a Stanford e a Firenze, la creazione di due cattedre universitarie per favorire l'interscambio culturale tra i due Paesi.

## LE AREE D'INTERVENTO E IL RUOLO DI ECONOMY

### Una nuova collaborazione, basata su tre pilastri

Partnership for growth è un progetto promosso dall'ambasciatore degli Stati Uniti in Italia per sviluppare una collaborazione costruttiva tra i due Paesi al fine di individuare modi creativi e innovativi per sostenere una dinamica di crescita economica. Annovera tra i suoi partner università, uomini d'affari italiani e americani, esponenti dei mass media e del mondo politico, economisti, comitati di esperti e rappresentanti di organizzazioni non governative. Sono state individuate tre aree sulle quali concentrarsi inizialmente: ricerca e sviluppo, iniziativa imprenditoriale e protezione della proprietà intellettuale. Nelle prossime settimane *Economy* darà conto - quale «media partner» dell'iniziativa - dei numerosi sviluppi in corso. Per maggiori dettagli e per comunicazioni con l'ambasciata: [partnership@mail.usembassy.it](mailto:partnership@mail.usembassy.it).



